

Valóság, hírek, fikciók, reklámok a jövő médiájában

1. Bevezető gondolatok

Első bevezető gondolat:

Minden élőlény szeretne minél többet megtudni a környezetéről, ám szerencsére az evolúció törvényei nem teszik lehetővé, ezzel biztosítják a biológiai egyensúlyt.

Az emberi társadalmakban, sőt a teljes földi civilizációban minden ember szeretne minél többet megtudni a környezetéről, ám a társadalom és a gazdaság általános törvényei ezt nem teszik korlátlanul lehetővé, az egyes egyén szintjén a társadalmi pozíció és az anyagi lehetőségek függvényében eltérő mértékű az információhoz jutás. Szervezetek részére viszont az anyagi lehetőségek sokkal nagyobbak és a társadalmi pozíció is magasabb, ezért a szervezetek információs korlátjai eltérő sebességgel, de fokozatosan eltűnnek. A civilizációs egyensúlyt tehát más módon kell biztosítani.

Második bevezető gondolat:

Egyes kutatók szerint az őskorban az ősember összes érzékelése és érzékszerve jobb volt, mint a mai kor emberének bármely érzékszerve. Néhányan azért felhívják a figyelmet arra, hogy a tapintásra biztosan nem igaz ez az állítás. Az ízlelésre bizonytalan az előző állítás, mert valószínű, hogy az életveszélyt jelentő mérgező anyagokat jobban, de az étkezéshez kapcsolódó finomabb érzékhatásokat kevésbé tudta megkülönböztetni, mint kortársaink.

Ma már újabb és újabb módon, folyamatosan érkeznek ingerek a környezetből, ugyanakkor növekszik az összetettségük, megértésükhöz sokkal több elemző tevékenységre van szükség, ezért az érzékelés, az érzékszervek szintjén egyre több berendezést, mesterséges érzékelő szervet állít használatba az emberiség. Ennek a még végig nem látható folyamatnak a végére az ember szinte csak maga a központi idegrendszer marad, míg az észlelések perifériáin a gépek dolgoznak helyette.

Összekötő bevezető gondolat:

Az egyes egyénnek a környezetről szóló minél nagyobb információhalmaz feletti rendelkezése hatalmat jelent, ami még jobban növeli a társadalmi

pozícióját. Az így még jobban megnövekedő hatalom egyre inkább megosztja – atomizálja – a társadalmat. Megvalósítás oldaláról a rendelkezésre álló eszközök mennyiségének és főleg minőségének mértéke közötti eltérés jelenti a társadalmi pozíció tényleges szintjét.

A folyamat egy nagyobb létszámú és egy elég szűk részre bontja a társadalmat a szerint a szempont vagy ismérv szerint, hogy rendelkezik-e az egyes részhez tartozó egyén információs halmazzal és egyéni eszközökkel vagy sem. Aki nem rendelkezik egyéni információs halmazzal és eszközzel, az más megoldás hiányában a szervezett információs szolgáltatások jelenleg legáltalánosabbikát, nevezetesen a médiát veszi igénybe információs forrásul.

Hogy mi lesz a média jövője az előbb leírt folyamat erősödésével, azt kíséreltem meg leírni ebben az írásban.

2. A valóság érzékelése

A valóságot az egyén szintjén jellemzően három módon érzékeljük:

- saját eszközökkel (érzékszervekkel és berendezésekkel),
- csoportkommunikációval (ennek minden formájában) és
- a média által (az általa meghatározott módon).

Vizsgáljuk meg, hogy jelenlegi korunkban ezek az érzékelési módok hogyan viszonyulnak egymáshoz arányaikban és lehetőségeikben.

A saját eszközök erősen korlátosan állnak az egyén rendelkezésre, mert a technológiai fejlődés még nem jutott olyan szintre, hogy a gyártók termelése nagy tételű sorozatgyártással elérassa a piacot és így az eszközök alacsony áraik által a napi háztartási használati berendezések közé tartozzanak. Hasonló a helyzet a szolgáltatások területén, ahol vagy még nincs kínálat, vagy nincs egyéni igénybevételre is alkalmas szolgáltatás, vagy a szolgáltatás megfizethetetlen, vagy mert a technológiai korlátok egyelőre még elháríthatatlanok. Példaként elég arra gondolni, hogy az internetezés, a vezetékes vagy mobiltelefon használata, adott esetben a természeti környezet pillanatnyi állapotjelző adatai mennyire napi szükséglet lehetnek, és mégis mennyire erősen korlátos mértékben áll rendelkezésére az emberiség nagyon nagy többségének, mert sem saját eszközök beszerzésével, sem szolgáltatásvásárlással nem tudja megvalósítani a használatukat. Nincs tehát számottevően nagy mennyiségű és jó minőségű közvetlen érzékelés, ami hiteles, elfogadható képet nyújthat a valóságról.

A csoportkommunikáció formáinak lehetőségei nem olyan erősen korlátosak, mint a saját eszközök alkalmazásai az egyének szintjén, de mégis korlátozottak. Ennek okai elsősorban a társadalom atomizálódása, a növekvő – foglalkoztatási szempontból vett – társadalmi mobilitás, a társadalmi kapcsolatok magánérdekű kommunikációjának csökkenése, a munkahelyi teljesítményelvárások növekedése miatt nagyon lecsökkentett munkahelyen kí-

vüli társadalmi kapcsolatok, a családi kapcsolatok visszaszorulása. Az előzőekhez hozzájárul még az is, hogy egy a gyakorlatban egyre népszerűbben alkalmazott elv szerint a modern államnak nem érdeke a társadalom szervezeteinek, szerveződéseinek támogatása, sőt! A társadalmi mozgások és változások az egy-egy forrásból származó információk minél szűkebb területét teszik hitelessé, elfogadhatóvá, azaz a csoportkommunikációban is megnövekszik a szegmentálódás, de még inkább a specializálódás.

Az előző két érzékelési módnál leírtakból következik, hogy a harmadik módnak, a médiának kiemelkedő szerepe van a valóság érzékelésében. Egyfajta lehetőség az, hogy gyakorlatilag majdnem teljes körűen meg lehet ismerni a valóságot a klasszikus értelemben vett médián keresztül, pontosabban még csak a média által; ugyanakkor kényszer is, mert az emberiség nagyon nagy többségének nincs más lehetősége a valóság megismerésére. Ez a két tényező is jól mutatja a média hatalmi szerepének erősségét, fontosságát, amit az államszervezetek úgy próbálnak meg kihasználni, hogy formálisan minden információt igyekeznek a média felé terelni, miközben megpróbálják uralmuk alá vonni a médiát. A hitelesség és elfogadhatóság kizárólagossága még megmarad a médiánál, azaz érvényesül: az „egy szakkönyvben olvastam”, „megírta a sajtó”, „olyan szakértő mondta a rádióban”, vagy „saját szememmel láttam a tévében” indukált hitelességi hatás.

Mindhárom érzékelési módnál a hatalmas mennyiségű és összetettséggű információ keletkezése miatt magas fokú bizalmi szintet kell feltételezni ahhoz, hogy kialakulhasson az állandó és folyamatos érzékelési folyamat.

Várhatóan mi lesz a jövőben, hogyan alakulnak az érzékelési módok és arányaik?

A saját eszközök majdnem teljes körűen állnak az egyén rendelkezésre, mert a technológiai fejlődés el fog jutni arra a szintre, hogy az ilyen célú berendezések az állandó háztartási használati berendezések közé tartozzanak. A szolgáltatások területén másként alakul a helyzet, mert az általános szolgáltatások aránya visszaszorul, az egyedi, szakosodott szolgáltatások kerülnek előtérbe, ugyanis a technológiai fejlődés a berendezésekhez tartozóan nagyfokú használati kényelmet biztosít minél több berendezésfüggő szolgáltatás által, ezért külön szolgáltatást csak a különleges igényű felhasználó fog megrendelni. Példaként arra kell gondolni, hogy bárki rögzítetten vagy változó helyre telepíthet érzékelő berendezéseket, akár saját műholdat lőhet fel, az internethez hasonlóan más, de már szakosodott hálózatok is kiépülnek, amelyek igen különleges összetett információkat szolgáltathatnak vevőiknek. Ez utóbbiakra két jelenlegi példa is van: már ma is sokan vállalnak anyagi ellenszolgáltatás ellenében testükre vagy intim szférájukhoz rögzített audiovizuális és egyéb berendezéssel „valóságsszolgáltatást”; mások nagy anyagi ellentételezést adnak azért, hogy inkább tudásszomjból vagy kíván-

csiságból, de nem kalandvágyból úrutasként még közelebb kerüljenek a csillagászati valósághoz. Egyre általánosabb lesz tehát a nagy mennyiségű és kiváló minőségű közvetlen vagy saját eszközű érzékelés, ami teljesen hiteles, elfogadható képet nyújthat a valóságról.

A csoportkommunikáció formáinak lehetőségei a társadalom erős atomizálódása miatt a jelenleginél még jobban korlátozódnak. Ennek okai között a legfontosabb, hogy a munkavégzés helyeként előtérbe kerül az otthon, a megmaradó munkahelyeken is fokozottabb lesz az önálló munkavégzés miatti elszigetelődés, a társadalmi kapcsolatok kommunikációjában a virtuális kapcsolati formák és az időben nem azonos kommunikáció kerülnek előtérbe, a családi kapcsolatok visszaszorulása pedig még tovább folytatódik. A modern államnak pedig már nem kell sok figyelmet és energiát fordítania a társadalmi kommunikációra, a társadalmi szervezetekre, mert az atomizálódás következtében csökken a társadalmi szervezetek szerepe és száma! Még inkább igazgá válik az, hogy a társadalmi mozgások és változások az egy-egy forrásból származó információk minél szűkebb területét teszik hitelessé, elfogadhatóvá, ha még egyáltalán maradnak ilyen források.

Az előző két érzékelési módnál leírtakból következik, hogy a harmadik módnak, a médiának a jövőben egyre csökkenő – pontosabban szolgáltatási jellegében és minőségében más –, de mindenképpen korlátozott szerepe lesz a valóság érzékelésében. A jelenkor egyfajta lehetősége – a valóság majdnem teljes körű megismerése a klasszikus értelemben vett médián keresztül – megváltozik azáltal, hogy megszűnik a média szolgáltatásainak igénybevételi szükségessége, ugyanis az eszközök és szolgáltatások széleskörű elterjedése kiváltja az általános médiaigényeket. A média szolgáltatási jellege és minősége olyan formában fog megváltozni, hogy egyrészt határozottan elkülönül egymástól a tényalapú és a fantáziaalapú szolgáltatási csoport, másrészt az előbbin belül növekszik a háttér-, kiegészítő-, elemző- és összefüggést magyarázó információk szolgáltatásának aránya, míg az utóbbi egyre inkább időben és időtől függetlenné – „konzervvé” – válik. A média hatalmi szerepe az előbbiekből következően csökken, de fontosságának területe is nagyon beszűkül. A hitelesség és elfogadhatóság kizárólagossága megszűnik a médiánál, ugyanakkor érvényre kerül a minőségi és kiegészítő szolgáltatás.

Az állandó és folytonos érzékelési folyamatban a rohamosan növekvő hatalmas mennyiségű és összetettségű információ keletkezése már nem vezet a magas fokú bizalmi szint feltételezéséhez, hanem csak egyes szakosodott szolgáltatásoknál igényli azt, mert a saját érzékelés eszközeinek elterjedése kizárólag a működés üzembiztonságát kívánja.

3. A hírek és fogyasztásuk

Először pontosítani kell a hír fogalmát: itt híren azt kell érteni, hogy valamely, a valóságról szóló információ legalább egy szubjektum (közvetítő egyén tudata) által leképezésre és továbbításra került. Nincs tehát szó újdonságtartalomról, állapotváltozás információjáról, hanem csak a közvetítő általi módosításról, amiben az a hangsúlyos, hogy módosítás történt és másodlagos annak jellege és iránya.

Az egyén szintjén az előbb meghatározott értelemben vett hírekhez két módon jutunk hozzá, azokat két módon fogyasztjuk: többnyire a médián keresztül és kevésbé egyéb eszközökkel. A média ebben az összefüggésben a lehető legteljesebb módozati, tartalmi és technológiai kört alkotja, beletartozik minden csoport- és tömegkommunikáció. Az egyéb eszközök alatt pedig minden egyéb módot, közvetlen, személyek közötti (interperszonális) kommunikációt kell érteni a technológiától függetlenül.

A hírek fogyasztása mellett természetesen egyáltalán nem mellékes a hírek keletkezése, termelése, de itt most ez a szempont nem kerül tárgyalásra. A hírek fogyasztása a médián keresztül teljes körűen történik napjainkban, mert bárki bármilyen hírt – nyilvános információt – megkaphat, ha megfelelően választja ki a médiafajtát vagy a médiacsatornát. A hírek azon csoportját, amely jellege miatt alulról (érdektelen) vagy felülről (túl bizalmas) nem fér bele a médiába, azt az egyén egyéb eszközökkel, de beszerzi és elfogyasztja, még akkor is, ha lehet hogy maga a hír használati értéke nem áll arányban az érte adott ellenszolgáltatással (zsákbamacska). Ez a mód természetéből fakadóan most csak korlátozottan állhat rendelkezésre.

A médián keresztül történő hírfogyasztásnál a gond nem a teljeskörűséggel van, hanem azzal, hogy maga a média általi leképezés és módosítás aránya olyan nagy, hogy tartalmilag az eredeti információ szerepe másodlagossá válik. Ennek oka a médiafajták, a médiatársaságok, az egyes médiacsatornák közötti verseny, amit – mivel a gyorsaság, az időbeli elsőség tárgylagosan mérhető – csak a szolgáltatási minőségnek nevezett, háttérinformációkkal való ellátottság értékmérőként jelez. A háttérinformáció alapja egyaránt lehet egy megfelelően nagy és részletes archívum, vagy a munkatársak adott szakterületi elemzési eredményei, vagy az általuk egyéb eszközökkel beszerzett „kísérő” információk.

Az egyén szintjén az egyéb eszközök általi hírfogyasztás két nagyobb problémája egyrészt a jellegéből fakadó bizonytalanság, a zsákbamacskakettősség; másrészt az előzőnél sokkal inkább problémát jelentő korlátozottság. Ez utóbbi azt jelenti, hogy a hírek, a hírforrás, vagy maga az eszköz jelenti a korlátot, azaz bővülése, fejlődése nem valószínű.

A média által – bőséges, de erősen szubjektív – és az egyéb eszközök által – szűkös, de hiteles – szolgáltatott hírek fogyasztásának problematikussága oda vezetett, hogy egyre több helyen és személyben fogalmazódott meg a médiától való függetlenedés, a befolyásoló hatás kizárása, azaz a média hírszolgáltatásának nem fogyasztása. Ez a médiára általánosan az értelmiség-nél, egyes médiatársaságokra és csatornákra a politikailag aktívaknál, elkötelezetteknél jelentkezett.

Mi oldhatja fel a jövőben a tárgyilagos hírszolgáltatást igénylő tájékozási belső igény és a média versenyhez igazodni kényszerülő szolgáltatásainak ellentétes hatását? Csak egyvalami: a média szerepének változása.

A médiában a hírszolgáltatás a jövőben kénytelen arra támaszkodni, amivel kizárólagosan rendelkezik: megfelelő szaktudásra és kellően nagy archívumra (adatbankra). Ugyanis az érzékelési eszközöket (lásd előző fejezet!) nagy számban más is beszerezheti, telepítheti és működtetheti, a minél kisebb mértékű leképezés sokat javít a tárgyilagosságon, de egy nagyon kis mennyiségű módosításra a fogyaszthatóság érdekében mindig szükség lesz, amit adott esetben pedig az egyén is meg tud oldani. A média eszköztárában tehát mindig megmarad az a nagy mennyiségű háttér-információ, aminek előállításához – akár korábban akár az adott időpontban – nagy a szellemi ráfordítási igény, ugyanakkor pedig ez az a terület, ahová az egyének szintjén nem érdemes bemerészkedni, mert a ráfordítás nem áll arányban a várható eredménnyel. Természetesen az adott médiaszolgáltató a minél nagyobb és ugyanakkor minél egyedibb, saját információs tárra (adatbankra) törekszik, mert ez jelenti a tényleges értéket a működésében, csak így remélhet bármilyen információs részterületen kiváltságos, monopolhelyzetet. A média mint szolgáltató az informatika segítségével biztosítja a kétirányú kommunikációt, aminek olyan szerepe lesz a média hírszolgáltatási tevékenységében, hogy előre paraméterezhetően lehet a hírek szolgáltatási csomagját fogyasztani, nem kell a teljes szolgáltatási választékot igénybe venni. Összességében tehát korlátozódik a média közvetlen hírközlő szerepe a hírszolgáltatásban, a szolgáltatás jellege megváltozik, mert a folyamatok összefüggéseinek megértésére elemzésekkel és háttér-információkkal bővíti ki a tájékozódás kommunikációs folyamatát, miközben kétirányú kommunikációt lehetővé téve akár az egyén szintjén is egyedivé teheti a hírszolgáltatási csomagját.

A hasznosság értékmérője a jövőben még inkább a kétirányú kapcsolat, a kétirányú kommunikáció lesz, és ez nem lesz másként a médiában sem, de főleg az egyéb eszközöknél. A kétirányúság lehetővé teszi a kiválasztás, a súlypontmódosítás által az egyénhez minél közelebb álló egyedi szolgáltatások biztosítását. Az egyén a jövőben egyéb eszközökkel – azok szerepének növekedése miatt – már szinte teljes körűen és egyéni módon kaphat hírszolgáltatást, a hiteles hírforrások többlet-, vagy másodlagos szolgáltatásokat ki-

nálnak részére, de a hírek folyamatokba rendezéséhez, a folyamatok összefüggéseinek megértéséhez továbbra is a médiához kell fordulnia magas minőségű szellemi termékek szolgáltatásáért.

4. A fikciók és szerepük

A fikciós helyett tulajdonképpen lehetne kreációt használni, de a kreációban alapvetően mindig benne van egy alkotói tevékenység, míg a fikció „csak” feltevés szintjén is maradhat. Végül is úgy jön ide a fikció, hogy fel fogásom szerint a média tartalmi alapja mindig egy „science-fiction”, ahol a „science” a tényalapú médiát, a „fiction” a fantáziaalapú médiát jelenti. Több szempont miatt is már a legelején külön kell választani a kettőt, én kiemelten azért választom szét őket, mert a kettő alapvetően más termelési módot határoz meg a gyártója, a szolgáltatója és a médiatársaság számára.

A fikció mint tartalmi alap legfontosabb tulajdonsága az, hogy időbeliségében független, nincs adott időponthoz, korhoz kötve. Mivel a média önmagából fakadóan alapvetően a teret teszi függetlenné, ezért a fikció az időbeli és a térbeli függetlensége által lehetővé teszi a többszöri, értékvesztés nélküli fogyasztását, vagyis konzervvé válik. Itt jelentkezik az a nagy előny, hogy mindentől függetlenné lehet tenni a fikció előállítását, gyártására külön szervezet szakosodhat.

Jelenleg a médiában a fikciók szerepe a szórakoztatás, a kulturálódás és egyre csökkenő mértékben az oktatás. A szórakoztatás feladatának a média könnyen tudna eleget tenni technológiai adottságai miatt, de az általános társadalmi fejlődés eredményeként a közízlés kevésbé egységessé, eltérő irányúvá és azokon belül is árnyaltabbá válik, és így leszűkül akár műfajilag, akár stílusát tekintve az általános szórakoztató műsor kategóriája.

A fikciók konzerv jellege a média fikciószolgáltatási szerepét gyengíti, mert a konzerv az egyén szintjétől a legtágabb értelemben vett csoport szintjéig a megfelelő eszközök rendelkezésre állása által a médiától függetlenül fogyasztható.

Hogyan változik a jövőben a fikciók szerepe a médiában és rajta kívül? A média az informatikai fejlődés adta lehetőségeket kihasználva a fikcióban is megvalósítja a kétirányú kommunikációs kapcsolatot úgy, hogy ennek a módnak is lehetővé teszi a konzervvé válását. A fikció független, rögzített jellege és a változó, párbeszédes kapcsolat nem teszi lehetetlenné a fikció konzervvé válását, csak annak lehetőségét szűkíti le. Ugyanis a teljes párbeszédes kapcsolat lehetősége elveszi a szellemi termék egyediségét és alkotójának személyiségét, ha korlátlan. Míg a másik esetben – amikor nincs kétirányú kapcsolat, párbeszéd – marad a jelenlegi hagyományos konzerv jelleg. A média fikciószolgáltatása ezt a kettősséget úgy tudja csak feloldani, ha kettéválik: a kétirányú kapcsolatot a szórakoztatási célú szolgáltatásban, a

konzerv jelleget a kulturális célú szolgáltatásban alkalmazza. (Egy durva hasonlattal: karaoke szolgáltatás lesz a napi szórakoztató zenében, de nem lehet karaoke módon együtt énekelni egy világhírű operaénekesssel!)

Az egyén és a csoportok szintjén a fikció konzerv jellege annyiban ad bővülési lehetőséget, hogy a médiánál leírt kötöttség az egyéb eszközöknél nem áll fenn, azaz itt már összemosódik a szórakoztatási és a kulturális célú szolgáltatás. (Hasonlattal: most is lehet a fürdőszobában áriát énekelni, a tévében nem; a jövőben lehet áriát énekelni a saját házi szórakoztató berendezéssel, de a tévében továbbra sem!)

Nagyon fontos tényező viszont a kétirányú kommunikációs kapcsolat létrejöttekor, hogy a média és az egyén számára lehetővé válik a jobb kiválasztás, a jobb fókuszálás, azaz az egyéni fikciós szolgáltatási csomag meghatározása.

5. A reklámok érvényesülése a médiában

A reklám a médiában a fogyasztó szempontjából nézve olyan, mint az intelligens élősködő állat, mindig a legerősebb alanyhoz tapad. A hírhez tapad, ha nagy és erős a fogyasztói csoportja és a fikcióhoz tapad, ha azé az előnyösebb, de mindenképpen valahogy odatapad. A médián kívül a reklám az egyének által szabályozottan juthat el hozzájuk, lehetőségének korlátjai jóval erősebbek, mint a médiában.

Ugyanakkor jelenleg kialakult az a szokásjog, hogy a közszolgálati média a reklámoknak erős korlátot állít, míg a kereskedelmi média a közszolgálati tartalomban kényszerül előírt szolgáltatásokat végezni. A közszolgálati jellegű tartalom szolgáltatásakor a média a reklámmentességet adja közszolgálatként elsősorban. A verseny tehát a szolgáltatás minőségének egészséges versenye helyett a tartalom közszolgálati jellegűségének vitájában folyik, aminek a fogyasztó szenved kárát.

A reklámok szerepe a jövőben a médiában úgy változik, hogy egyre inkább teret nyerve a hírszolgáltatásban, ahhoz – mint élősködő – kapcsolódik. Ugyanis a fikció konzervvé válásával a reklám csak az egyedi jellegű, az adott konzervet mint jellemző fogyasztást folytató csoportot éri el hatékonyan, a többi csoport vagy nem fogyasztja azt a konzervet, vagy nem jellemzően, de egyik esetben sem hatékony a reklám. A hírszolgáltatáshoz kell tehát kötődnie a reklámnak a médiában, hogy nagyobb csoportokat elérhessen, de ekkor lép be a közszolgálatiág mint tényező, ami által a reklám erős korlátok közé szorul. Megoldásként a médiatársaságok szakosodott új médiacsatornákkal, médiaszolgáltatásokkal lépnek ki a piacra, ahol a reklám tűréséért kap „ingyen” szolgáltatást a fogyasztó, majd ez a folyamat fokozódva eljut odáig, hogy – megfordítva a jelenlegi állapotot, amikor a reklámmen-

tesség alapszolgáltatás és ingyenes – a reklámmენტességet már meg kell téríteni.

A médián kívüli eszközöknél egyszerű a helyzet, mert az adott eszközt, módot használók csoportja védi magát a reklámoktól, illetve saját maga érdekében belsőleg szabályozza azt, pedig a reklámozatóknak az ilyen azonos szokásokkal rendelkező, majdnem teljesen homogén csoportok az ideális célpontok.

6. Összegzés

A jövő médiája az informatika által biztosított és egyúttal meghatározott keretek között összeolvad a hírközléssel, és végül hármójuk közös szolgáltatássá fonódik össze.

Ennek az összefonódásnak a jegyei:

- kialakul a kétirányú kapcsolat a szolgáltató és a fogyasztó között,
- ez egyfajta menürendszer jellegű kínálatot kíván a szolgáltatótól,
- a fogyasztótól elvárja igényei pontos meghatározását, a programozhatóságot.

Az előző jegyek következményeként:

- megindul a médiatechnikai eszközök fejlődése és lakossági elterjedése,
- a fantáziaalapú médiaszolgáltatások konzerválhatóvá válnak,
- a tényalapú médiaszolgáltatások elemző, háttér, magyarázó jellegűvé válnak,
- a médiában a hangsúly a bizalomra, megbízhatóságra tolódik.